



## Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan

*Marketing Margin of Stingray Mondol (*Himantura gerrardi*) in Kawal Village, Bintan Regency*

Lisa Uswatun Hasanah Nasution, Khairunnisa, Tetty\*

Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia 29111

\* Correspondence author: [tettymhfdz@umrah.ac.id](mailto:tettymhfdz@umrah.ac.id)

Received: 14 January 2022; Revised: 9 August 2022; Accepted: 13 September 2024; Published: 30 September 2024

### ARTIKEL INFO

#### Kata Kunci:

Margin pemasaran, saluran pemasaran, efisiensi pemasaran, Kawal, ikan pari mondol

#### Keyword:

Marketing margin, marketing channel, marketing efficiency, Kawal, stingray mondol

### ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui 1) saluran pemasaran ikan pari mondol; dan 2) margin pemasaran ikan pari mondol. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kombinasi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat saluran pemasaran yaitu: 1) Nelayan→ Konsumen; 2) Nelayan→ Tengkulak→ Konsumen; 3) Nelayan→ Tengkulak→ Pedagang Pengumpul→ Konsumen; 4) Nelayan→ Tengkulak→ Pedagang Pengecer→ Konsumen. Margin pemasaran pada saluran pemasaran berbeda-beda di setiap saluran pemasaran.

**ABSTRACT.** The research aims to determine 1) the marketing channels of Mondol stingrays; and 2) marketing margins for Mondol stingrays. The research method used is a combination research method. The results showed that there were four marketing channels in Kawal Village: 1) Fishermen→ Consumers; 2) Fishermen→ Middlemen Consumers; 3) Fishermen→ Middlemen→ Merchants Collectors→ Consumers; 4) Fishermen→ Middlemen→ Retailers→ Consumers. Marketing margins on marketing channels are different in each marketing channel.

## 1. Pendahuluan

Wilayah perairan laut Kepulauan Riau memiliki potensi sumber daya ikan sebesar 860.650,11 ton/tahun meliputi ikan pelagis besar sejumlah 53,802.34 ton/tahun, ikan pelagis kecil sejumlah 506.025.30 ton/tahun, ikan demersal sejumlah 272.594,16 ton/tahun, ikan karang sejumlah 17.562.29 ton/tahun, lainnya (cumi, udang, lobster) sejumlah 10.666,02 ton/tahun (Bappeda Provinsi Kepulauan Riau, 2016).

### 50 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057

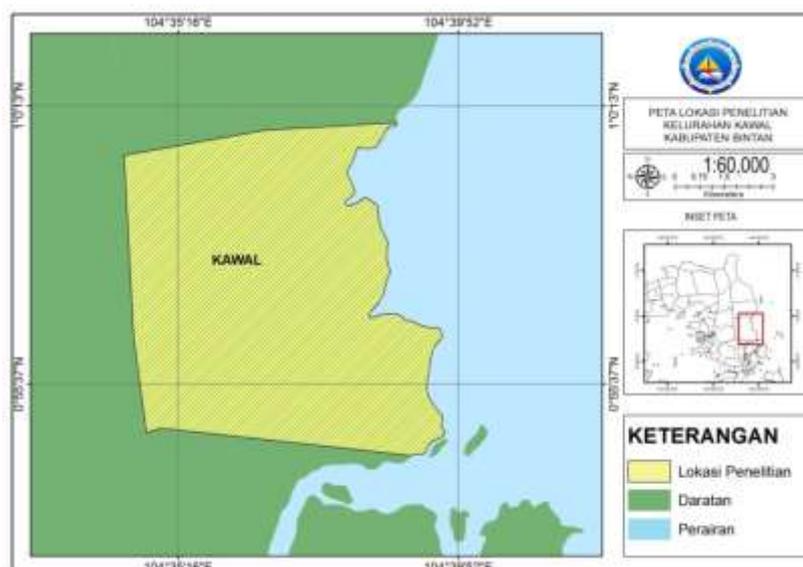
Ikan memiliki peluang pasar yang besar, karena permintaan konsumen yang tinggi dan adanya kesadaran dari masyarakat akan gizi menyebabkan permintaan ikan dipasaran tinggi. Ikan pari hasil tangkapan nelayan dijual tanpa melihat saluran pemasaran karena kebutuhan nelayan terhadap uang untuk kebutuhan rumah tangga maupun modal untuk melaut. Keadaan ikan yang tidak dapat bertahan lama menyebabkan nelayan menjual ikan pari tanpa melihat saluran pemasaran. Nelayan menjaga kesegaraan ikan dengan mengawetkan ikan menggunakan es.

Saluran pemasaran penting pada proses pemasaran untuk menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Menurut Nasikh *et al* (2021) nilai margin suatu saluran pemasaran selain dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran, aktivitas pemasaran yang dilakukan, dan keuntungan yang diharapkan pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang diperdagangkan. Hal tersebut yang melatarbelakangi pentingnya untuk dilakukan kajian tentang margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran Ikan Pari Mondol di Kelurahan Kawal kabupaten Bintan.

## 2. Metode penelitian

### 2.1. Waktu dan tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2021 di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. Peta lokasi dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Peta lokasi penelitian

### 51 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057



## 2.2. Alat dan bahan

Alat yang digunakan pada penelitian adalah kuesioner, alat tulis dan handphone. Kuesioner berfungsi sebagai panduan dalam wawancara untuk memperoleh data. Alat tulis berfungsi untuk mencatat data yang diperoleh pada saat penelitian, dan handphone berfungsi sebagai dokumentasi pada saat penelitian.

## 2.3. Prosedur penelitian

Prosedur penelitian ini meliputi tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan dan pengolahan data. Pada tahap persiapan yaitu survei lokasi dan persiapan kuesioner. Pada tahap pelaksanaan adalah wawancara dan survei lembaga yang terlibat dalam saluran dan harga pada setiap lembaga pemasaran. Pada tahap pengolahan data akan dilakukan analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, *fisherman share* dan efisiensi pemasaran.

## 2.4. Teknik pengumpulan data

Data primer diperoleh dari hasil wawancara menggunakan kuesioner dengan teknik pengamatan melalui wawancara langsung kepada nelayan, dan lembaga pemasaran yang terkait pada saluran pemasaran Ikan Pari Mondol di Kelurahan Kawal. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui informasi pustaka yang diperoleh dari Kelurahan Kawal, UPTD Pelayanan Usaha Perikanan Kecamatan Gunung Kijang dan Teluk Sebong, data dari jurnal dan buku-buku penunjang sebagai bahan acuan.

## 2.5. Analisis data

Penelitian ini menggunakan beberapa analisis data. Berikut analisis data yang digunakan pada penelitian:

### 1. Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen. Analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat tingkat efisiensi produk ikan pari. Untuk mengetahui margin pemasaran ikan pari dapat dirumuskan sebagai berikut (Septiara *et al.*, 2012):

$$M = H_k - H_p$$

### 52 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057

**Keterangan:** M merupakan margin pemasaran. Hk merupakan harga pada konsumen. Hp merupakan harga pada produsen

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran I yaitu nelayan dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke konsumen akhir. Nelayan menjual ikan pari mondol ke konsumen sesuai dengan pesanan yang diterima nelayan dari konsumen. Saluran pemasaran I dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Saluran Pemasaran I

Saluran Pemasaran II yaitu nelayan, tengkulak dan kosumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak. Harga yang diterima nelayan saat menjual ikan pari adalah harga yang ditentukan oleh tengkulak. Tengkulak menjual ikan pari mondol ke kosumen. Saluran pemasaran II dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran III yaitu nelayan, tengkulak, pedagang pengumpul dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak. Tengkulak menjual ikan pari mondol ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menjual ikan pari ke konsumen. Saluran Pemasaran III dapat dilihat pada gambar 4.



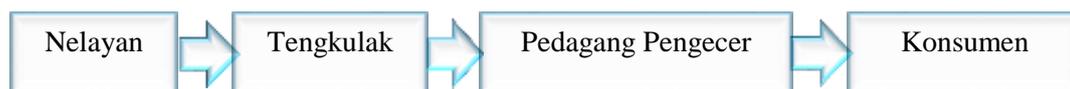
Gambar 4. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran IV yaitu nelayan, tengkulak, pedagang pengecer, dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak. Tengkulak menjual ikan pari mondol ke pedangan pengecer. Pedagang pengecer membeli ikan pari mondol yang tidak bagus dari tengkulak. Ikan pari mondol yang

#### 53 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057

tidak bagus diolah pedagang pengecer menjadi ikan asin. Penelitian ini sesuai dengan Lestari *et al* (2017) yang mana nelayan menjual hasil tangkapan nya ke tengkulak lalu ke pengolah, dari pengolah ke konsumen. Pengolah disini adalah pengolah ikan asin yang menjual ikan asin didalam kota. Saluran pemasaran IV dapat dilihat pada gambar 4



Gambar 5. Saluran Pemasaran IV

### 3.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan pada tingkat lembaga pemasaran dengan harga yang diterima oleh produsen (nelayan) (Rofyandi & Amri, 2019). Margin pemasaran pada saluran pemasaran I adalah nelayan dan konsumen. Pada saluran pemasaran I nelayan langsung menjual ke konsumen sehingga tidak menimbulkan margin pemasaran. Nelayan langsung menjual hasil tangkapan ke konsumen juga terdapat pada penelitian Selan & Nubatonis (2016) nelayan langsung memasarkan ikan kepada konsumen yang berada di Kecamatan Insana Utara maupun konsumen yang berada di luar Kecamatan Insana Utara, sehingga pada saluran ini tidak menimbulkan margin pemasaran.

Magin pemasaran pada saluran pemasaran II adalah nelayan, tengkulak dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak. Tengkulak memperoleh margin pemasaran yang rendah karena saluran pemasaran II hanya terdapat satu lembaga pemasaran. Margin pemasaran yang diperoleh tengkulak adalah Rp5.000/kg.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran III yaitu nelayan, tengkulak, pedagang pengumpul dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak, tengkulak menjual ke pedagang pengumpul, pedagang pengumpul menjual ke konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul adalah Rp15.000/kg.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran IV adalah nelayan, tengkulak, pedagang pengecer dan konsumen. Hasil tangkapan nelayan di jual ke tengkulak, tengkulak menjual ke pedagang pengecer, pedagang pengecer menjual ke konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer adalah Rp29.000/kg.

Margin pemasaran tertinggi yaitu lembaga pemasaran pedagang pengecer pada saluran pemasaran IV sebesar Rp29.000/kg dan margin terkecil yaitu lembaga pemasaran tengkulak pada saluran

#### 54 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057



pemasaran II sebesar Rp5.000/kg. Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Margin pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Harga Konsumen (Rp/Kg)	Harga Produsen (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Nelayan	15.000	0	0
2	Tengkulak	20.000	15.000	5.000
3	Pedagang Pengumpul	35.000	20.000	15.000
4	Pedagang Pengecer	35.000	6.000	29.000

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan terdapat 4 saluran pemasaran Ikan Pari Mondol di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan, yaitu a) Saluran pemasaran I yaitu Nelayan → Konsumen. b) Saluran pemasaran II yaitu Nelayan → Tengkulak → Konsumen. c) Saluran pemasaran ke III yaitu Nelayan → Tengkulak → Pedagang Pengumpul → Konsumen. d) Saluran pemasaran IV yaitu Nelayan → Tengkulak → Pedagang Pengecer → Konsumen. Margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran berbeda. Margin pemasaran yang diperoleh tengkulak adalah Rp5.000/kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul adalah Rp15.000/kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer adalah Rp29.000.

#### Referensi

- Bappeda Provinsi Kepulauan Riau. (2016). Sektor Perikanan Potensi Daerah
- Lestari, D. P., Bambang, A. N., Kurohman, F. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Harga Ikan Kakatua (*Scarus Sp*) di Pulau Panggang, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*. 6(4): 215-223.
- Nasikh, N., Sumarsono, H., Sayono, J., Ghazali, M. A. I., Yunani, Y., Jayanti, L. (2021). Analisis Margin Pemasaran Komoditas Tambak Air Payau Skala Tradisional Plus di Pasuruan, Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*. 7(1): 71-82.
- Rofyandi, M. Y. & Amri, A. (2019). Analisa Usaha Dan Pemasaran Emping Melinjo Di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*. 4(1): 48-58.
- Selan, D. M. & Nubatonis, A. (2016). Margin Pemasaran Ikan di Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara. *Agrimor*. 1(03): 63-64.
- Septiara, I., Maulina, I., Buwono, I. D. (2012). Analisis Pemasaran Ikan Mas Koki (*Carassius auratus*) di Kelompok Pembudidaya Ikan Kalapa Ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan Kelautan*. 3(3).

#### 55 | How to cite this article:

Nasution, L. U. H., Khairunnisa & Tetty. (2024). Margin Pemasaran Ikan Pari Mondol (*Himantura gerrardi*) di Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. *Jurnal Marisland*, Vol 2 (2), 49-54. doi: 10.31629/jm.v2i2.4057